Firma ŁAPIŃSKI

– nowy obszar działalności w poligrafii

Z potrzeby nowych wyzwań

Od niedawna, a dokładnie od 9 kwietnia br., na polskim rynku poligraficznym działa firma ŁAPIŃSKI. Jej założycielem i właścicielem jest Zenon Łapiński – obecnie niezależny specjalista w dziedzinie technologii tłoczenia folią na gorąco, przez kilkanaście ostatnich lat był związany z inną firmą z tego sektora. Rozmawiamy z Zenonem Łapińskim o przyczynach, które skłoniły go do zawodowego usamodzielnienia się, o aktywności i perspektywach jego nowego przedsięwzięcia.



Przez 14 lat pracował Pan na eksponowanych stanowiskach w firmie PC Print, będącej przedstawicielem niemieckiej grupy Leonhard Kurz – światowego lidera w produkcji folii do hot- i cold--stampingu. Co zadecydowało o Pana odejściu z tej firmy i założeniu własnego biznesu?

ZENON ŁAPIŃSKI: Z firmy PC Print odszedłem na własną prośbę. Przyczyn – o których nie chcę tu wspominać – było wiele, myślę jednak, że tych 14 lat pracy było owocne dla obydwu stron. Nie jest wykluczone, że w przyszłości pojawią się nowe perspektywy współpracy między nami.

Dodam jeszcze, że w poprzedniej firmie osiągnąłem już pułap; nie było dalszych możliwości rozwoju i awansu. Nie chciałem jedynie odcinać kuponów od tego, co zdziałałem do tej pory, wolałem zrobić coś po swojemu. Pewnego dnia doszedłem do wniosku, że jest na rynku zapotrzebowanie na usługi, które ja mogę dostarczać. Ponieważ dobrze znam rynek poligrafii, a szczególnie klientów, którzy stosują technologie hot- i cold-stampingu, postanowiłem spróbować i dać sobie szansę.

I tak powstała firma ŁAPIŃSKI. Z pewnością nie było to jednak takie proste, jak by wynikało z naszej rozmowy...

Z.Ł.: Oczywiście, że nie, chociaż pomysł utworzenia własnej firmy pojawił się już kilka lat temu i starannie się do jego realizacji przygotowywałem. Jest on wynikiem zarówno moich obserwacji rynku, własnych przemyśleń i doświadczeń, jakie zebrałem pracując w wielu firmach na różnych stanowiskach, jak i chęci sprawdzenia się na nowym polu. Mam taką konstrukcję psychiczną, że wciąż potrzebuję nowych wyzwań i sprawdzania się. Nigdy się nie poddaję. Takie cechy wyrobił we mnie sport – od ponad 25 lat jestem maratończykiem.

Ochrzcił Pan firmę swoim nazwiskiem dla większej wiarygodności i rozpoznawalności?

Z.Ł.: Zanim zarejestrowałem firmę, odbyłem szereg konsultacji z menedżerami kilku największych drukarń, których znam od dawna i z których zdaniem bardzo się liczę. Powiedziałem im, czym zamierzam się zajmować i zadałem każdemu to samo pytanie: Co twoim zdaniem stanowi największą wartość w tym, co dotychczas robiłem i co zamierzam robić w przyszłości? Ku mojemu zakłopotaniu, większość odpowiedziała: „ty", „twoje nazwisko jest dla nas gwarancją wysokich kompetencji i etycznego podejścia do biznesu". Ta opinia spowodowała, że postanowiłem nazwać firmę swoim nazwiskiem, na które tak długo pracowałem.

Działalność Pańskiej firmy wypełnia istotną lukę na polskim rynku poligraficznym.

Z.Ł.: Jesteśmy ekspercką, niezależną firmą, która chce współpracować na partnerskich zasadach ze wszystkimi podmiotami na rynku poligrafii, związanymi z uszlachetnianiem powierzchni za pomocą tłoczenia folią na gorąco. Według mojej wiedzy w Polsce nie ma żadnej szkoły ani instytucji, która by kompleksowo i profesjo-

nalnie szkoliła kadry pracowników zajmujących się tą technologią. Mam tu na myśli pracowników uczestniczących w całym procesie tworzenia opakowań i etykiet: zajmujących się projektowaniem, doborem odpowiedniej technologii (materiałów, narzędzi, analizą możliwości wykonania i opłacalności projektu), nadzorem produkcyjnym, obsługą maszyn, a także pracowników działów marketingu i kontroli jakości. Nierzadko również właściciele i dyrektorzy drukarń potrzebują pełniejszej wiedzy z zakresu hot-stampingu. Jej niedostatek bowiem często okazuje się groźny i prowadzi do kosztownych strat wynikających z braku możliwości technicznych wykonania jakiegoś projektu lub poniesienia większych od planowanych kosztów produkcji. Co gorsza, skutkuje także utratą wizerunku firmy wobec jej klienta, a to może być bolesne finansowo. Obecnie, gdy bardzo często kilka drukarń rywalizuje o pozyskanie tego samego projektu, liczy się każdy szczegół. Ta drukarnia, która zaoferuje lepsze warunki i ma lepszą reputację na rynku, wygrywa. Dzięki wiedzy, jaką przekaże im moja firma, będą one mogły skuteczniej konkurować na rynku.

Zenon Łapiński: Jesteśmy ekspercką, niezależną firmą, która chce współpracować na partnerskich zasadach ze wszystkimi podmiotami na rynku poligrafii, związanymi z uszlachetnianiem powierzchni za pomocą tłoczenia folią na gorąco. Według mojej wiedzy w Polsce nie ma żadnej szkoły ani instytucji, która by kompleksowo i profesjonalnie szkoliła kadry pracowników zajmujących się tą technologią

Szkolenia stanowią więc zasadniczy element oferty firmy?

Z.Ł.: Jeden z podstawowych elementów. Prowadzimy szkolenia z zakresu technologii tłoczenia folią na gorąco dla wszystkich firm, które się do nas o to zwrócą. Szkolenia te są każdorazowo przygotowywane specjalnie pod potrzeby ich uczestników. Poziom i zakres szkoleń starannie dobieramy w zależności od grupy zawodowej, dla której są przeznaczone. Proponujemy zarówno część teoretyczną, jak i praktyczną, bezpośrednio przy maszynie klienta, włącznie z tzw. *case study*.

Prowadzimy również autorskie szkolenia sprzedażowe i z obsługi klienta, których program jest oparty na moich własnych wieloletnich doświadczeniach. Ofertę tę kierujemy do handlowców i biur obsługi klienta. Potocznie mówi się, że łatwiej jest wyprodukować niż sprzedać. Jest w tym powiedzeniu wiele racji. Obecnie już nie wystarcza mieć dobry wyrób. Aby odnieść sukces w sprzedaży, trzeba również mieć najlepszych handlowców, którzy potrafią profesjonalnie obsłużyć klientów. To oni są wizytówką naszej firmy i od ich pracy bardzo często zależy nasza pozycja na rynku. Kto tego nie docenia, ten ma kłopoty w rywalizacji z konkurencją.

Co jeszcze może zaoferować klientom firma ŁAPIŃSKI?

Z.Ł.: Nasza oferta jest bardzo szeroka. Prócz wymienionych już przeze mnie usług obejmuje ona także pomoc drukarniom w optymalizacji procesu tłoczenia folią, dzięki czemu osiągają one konkretne, wymierne efekty finansowe w postaci zwiększenia wydajności produkcji (większa prędkość tłoczenia i mniej przestojów maszyny przy tych samych kosztach stałych).

Wspomagamy też drukarnie w sytuacjach awaryjnych, gdy mają problemy z procesem tłoczenia folią podczas realizacji konkretnego projektu.

Łapiński

Zenon Łapiński
– niezależny specjalista
w technologii tłoczenia folią na gorąco
zaprasza Państwa do współpracy
w następującym zakresie:

- **pomocy** przy analizie technicznej i ekonomicznej podczas wdrażania nowych projektów,
- **rozwiązywania** bieżących problemów dotyczących technologii tłoczenia folią na gorąco,
- **doradztwa** przy optymalizowaniu procesu tłoczenia (walidacja procesu) w celu uzyskania maksimum efektów po możliwie najniższych kosztach,
- **szkolenia** wszystkich osób zajmujących się technologią tłoczenia na gorąco w codziennej pracy w drukarniach i nie tylko (designerzy, nadzór produkcyjny, operatorzy maszyn, technolodzy, pracownicy kontroli jakości).

Do współpracy zachęcam także firmy dostarczające maszyny, narzędzia i materiały używane do uszlachetniania powierzchni za pomocą wspomnianej technologii.

Zainteresowanych proszę o kontakt:
tel.: **+48 88 33 22 136**
e-mail: **z.lapinski@zenonlapinski.pl**
Państwa uwadze polecam również naszą stronę internetową:
www.zenonlapinski.pl

Zenon Łapiński specjalizuje się w technologii uszlachetniania powierzchni za pomocą tłoczenia folią na gorąco. Przez 14 lat był pracownikiem firmy PC PRINT, która reprezentuje firmę LEONHARD KURZ w Polsce. Podczas swojej kariery zawodowej pomagał i doradzał klientom w uruchomieniach wielu prestiżowych projektów opakowań polskich i zagranicznych marek. W firmie PC PRINT piastował stanowiska: Menedżera Rynku Graphics-Cosmetics, Dyrektora Sprzedaży i Kierownika Zespołu Produktów Graficznych.

Kolejną dziedziną naszej działalności jest doradzanie drukarniom przy planowaniu uruchomienia nowych, często trudnych i prestiżowych projektów, dzięki czemu mają one gwarancję, że planowany projekt jest możliwy do zrealizowania przy określonych zasobach, w założonym budżecie i terminie. Do najbardziej skomplikowanych i obarczonych największym ryzykiem z pewnością należą takie projekty jak:

- tłoczenie na tzw. trudnych podłożach: lakiery UV, laminaty OPP, farby o ciemnym i metalizowanym pigmencie,
- tłoczenie dużych powierzchni w połączeniu z drobnymi wzorami na tym samym użytku,
- tłoczenie wielopoziomowe,
- tłoczenie drobnych napisów w kontrze,
- tłoczenie dużych powierzchni przeznaczonych do późniejszego zadruku,
- tłoczenie bardzo drobnych wzorów oraz wykonywanie wszelkich prac wielożytkowych na arkuszach w formacie zbliżonym do B1.

By móc to robić w pełni kompetentnie, nawiązaliśmy współpracę z większością czołowych na rynku dostawców materiałów, narzędzi i maszyn, którzy informują nas o wszystkich nowościach w swoim portfolio. Chodzi o to, by klient otrzymał od nas możliwie optymalną poradę dotyczącą wszystkich czynników wchodzących w skład tej technologii i by mógł dokonać świadomego wyboru.

Zenon Łapiński: To, co nas odróżnia od innych firm oferujących usługi doradztwa biznesowego na rynku, to fakt, że jeśli podejmiemy się współpracy z daną firmą, gwarantujemy jej konkretne, wymierne korzyści wynikające z naszej pomocy – w przeciwnym razie nie pobieramy opłaty

Poza wspomnianym doradzaniem w kwestiach produkcyjnych oferujemy też doradztwo biznesowe firmom, które mają problemy z konkurencyjnością na rynku, sprzedażą swoich wyrobów, zdobywaniem i utrzymaniem klientów itp. Chcemy pomagać tym firmom w skutecznym konkurowaniu na rynku i uzyskiwaniu lepszych niż dotychczas efektów ekonomicznych.

Firm doradczych jest na rynku sporo. Nie obawia się Pan konkurencji pod tym względem?

Z.Ł.: To, co nas odróżnia od innych firm oferujących doradztwo biznesowe na rynku, to fakt, że jeśli podejmiemy się współpracy z daną firmą, gwarantujemy jej konkretne, wymierne korzyści wynikające z naszej pomocy – w przeciwnym razie nie pobieramy opłaty. Oznacza to, że firmy te będą się z nami dzieliły niewielkim procentem od zwiększenia obrotów, jakie wygenerują w wyniku naszej działalności.

Oferta jest rzeczywiście bogata i zróżnicowana. Czy pomimo to myśli Pan jeszcze o uzupełnieniu jej?

Z.Ł.: Tak. Planujemy również sprzedaż materiałów i narzędzi. Jesteśmy otwarci na współpracę w tym zakresie ze wszystkimi firmami, które mają kłopot z upłynnieniem lub promowaniem swoich towarów. Dotyczy to zarówno drukarń, które kupiły nadmierną ilość materiałów i będą chciały je upłynnić, jak i dostawców materiałów, narzędzi oraz maszyn. Zamierzamy pośredniczyć w tych transakcjach i łączyć ze sobą zainteresowane strony. Chcę bardzo wyraźnie podkreślić, że naszą naczelną dewizą są wysokie standardy etyczne, jakie chcemy utrzymywać we współpracy ze wszystkimi naszymi partnerami biznesowymi; mam tu na myśli, między innymi, jak najdalej posuniętą poufność wszystkich kontaktów i transakcji. Jeśli będzie taka potrzeba, jesteśmy gotowi spisać umowy o poufności z każdym z nich.

Jakie – poza wzbogaceniem obecnej oferty – są plany dotyczące rozwoju firmy? Jak wyobraża Pan sobie obszary jej przyszłej działalności?

Z.Ł.: W przyszłości chcemy być prężną, niezależną firmą utrzymującą dobre relacje ze wszystkimi podmiotami, które na polskim rynku mają styczność z technologią tłoczenia folią na gorąco. W naszych planach jest założenie „szkoły hot-stampingu", która cyklicznie będzie prowadziła profesjonalne szkolenia dotyczące technologii tłoczenia folią na gorąco. Do szkoły tej mogłyby kierować swoich pracowników firmy, które chcą mieć wykwalifikowaną kadrę zajmującą się procesem hot-stampingu, czyli projektantów opakowań, technologów, nadzór produkcyjny, operatorów maszyn, pracowników kontroli jakości. Oczywiście, także indywidualne osoby, które chcą wzbogacić swoją wiedzę na ten temat, będą mogły skorzystać z naszej oferty. Każdy kurs kończyłby się egzaminem i – w przypadku zdania go z pozytywnym wynikiem – otrzymaniem stosownego certyfikatu potwierdzającego kompetencje jego uczestnika.

Zorganizowanie takiej szkoły to jednak duże wyzwanie. By się go podjąć, potrzebne są pomoc i zaangażowanie wielu firm, które oferują swoje wyroby na rynku hot-stampingu. Myślę tu o producentach maszyn, dostawcach folii, matryc, kartonów i papieru, farb oraz lakierów i o drukarniach. Wszystkie te firmy, udzielając nam wsparcia przez udostępnienie produktów, które oferują na rynku, znajdą się wśród oficjalnych sponsorów szkoły. Będzie to dla nich doskonała okazja do promocji swoich wyrobów. Firmy zainteresowane współpracą przy realizacji tego pomysłu bardzo serdecznie zapraszam do kontaktu z nami.

Dziękuję za rozmowę.

Z.Ł.: Ja również bardzo dziękuję.

Rozmawiała Iwona Zdrojewska